



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

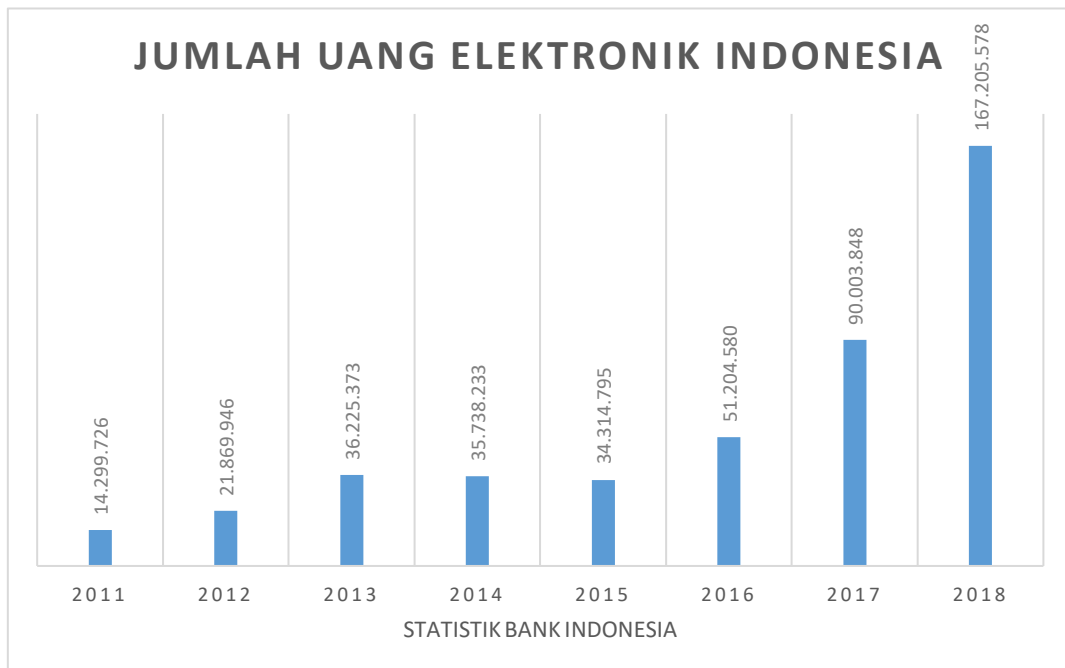
BAB I

PENDAHALUAN

1.1. Latar Belakang

Di Indonesia, transaksi melalui uang non tunai mengalami perkembangan yang lumayan pesat. Khususnya untuk wilayah Jabotabek dan sekitarnya. Saat ini, banyak gerai minuman, tempat bioskop, tempat parkir yang telah menggunakan uang non tunai atau disebut juga uang elektronik atau *Mobile Payment* di Indonesia. Transaksi yang dilakukan secara non tunai atau disebut juga sebagai *cashless*. Uang non tunai adalah transaksi yang dilakukan tanpa menggunakan uang kartal (uang kertas dan uang logam), melainkan menggunakan media elektronik, media *mobile banking*, kartu kredit dan kartu debit. Dibawah ini adalah Data Jumlah Uang Elektronik yang beredar di Indonesia dari tahun 2011 sampai Desember 2018:

Grafik 1.1. Jumlah Uang Elektronik di Indonesia



Sumber: Statistik Bank Indonesia, 2019

Melalui Data Jumlah Uang Elektronik yang beredar di Indonesia, memiliki pertumbuhan yang cukup pesat dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2018. Dapat dilihat melalui Grafik 1.1, bahwa adanya pertumbuhan dan perkembangan pesat di tahun 2018. Ditambah lagi perkembangan terus meningkat drastis sampai tahun 2019. Pertumbuhan uang elektronik disebabkan karena pemasaran yang dilakukan secara gencar oleh perusahaan pengembang dan penggerak uang elektronik atau *Mobile Payment*. Demi kenyamanan dan keamanan masyarakat Indonesia tentang uang elektronik, diterbitkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 11/12/PBI/2009 pada tanggal 13 bulan April tahun 2009 tentang Uang Elektronik, peraturan tentang Uang non tunai atau elektronik telah terpisah dengan berbagai peraturan tentang alat pembayaran dengan menggunakan kartu. Peraturan Bank Indonesia tentang uang elektronik berisikan dan memuat peraturan antara lain mengenai tata cara perizinan dan peralihan perizinan, pedoman tata cara penyelenggaraan keuangan elektronik, pengawasan keuangan, peningkatan keamanan teknologi dan hukuman berlaku / sanksi.

Terdapat beberapa jenis transaksi non tunai yang banyak digunakan di Indonesia yaitu:

1. Kartu Kredit

Kartu yang diproduksi oleh perusahaan bank untuk memberikan pinjaman dana dalam hutang kepada nasabah, dan tagihan akan dibayarkan tiap bulan sesuai limit kartu.

2. Kartu Debit

Kartu yang diterbitkan oleh perusahaan bank, uang nasabah harus disetorkan terlebih dahulu ke rekening bank untuk dapat menggunakan uang dari kartu debit tersebut.

3. *E-Money*

Pembayaran melalui media elektronik dengan mengisi saldo terlebih dahulu menggunakan sistem *chip based*. Contoh *E-Money* seperti kartu Flazz, E-Toll, dan lain sebagainya.

4. *E-Wallet* atau *Mobile Payment*

Transaksi yang dilakukan dengan melakukan *top-up* melalui sistem *server based* dan menggunakan perangkat seluler untuk menggunakan uang non tunai. Contoh *E-Wallet* yaitu GoPay, OVO, DANA, dan lain sebagainya.

Pembayaran menggunakan uang non tunai sangat berkembang pesat dikarenakan perkembangan teknologi dan perkembangan zaman yang terus mengalami kemajuan. Penggunaan uang non tunai, juga dapat menghindari penipuan atas uang kartal (uang kertas dan uang logam) yang palsu. Oleh karena itu, dalam menggunakan dan pemakaian uang non tunai, dibutuhkan hal seperti di atas, terutama untuk *cashless* dengan menggunakan *mobile transaction* dibutuhkan jaringan internet yang stabil. Melalui pembayaran non tunai akan meningkatkan penjualan suatu perusahaan yang menyediakan pembayaran non tunai. Namun tetap memiliki resiko keamanan akun atau alat pembayaran non tunai. Menurut Chapman dan Templar melalui jurnalnya yaitu ada beberapa yang dikategorikan ke dalam empat sumber utama kerugian menggunakan *Mobile Payment* : Pencurian

eksternal, Pencurian internal, kesalahan administrasi, kesalahan internal, dan Penipuan terjadi antara perusahaan (Chapman & Templar, 2006).

Menurut Chong dalam jurnal internasional yang dibuatnya pada tahun 2013 yaitu pengguna ponsel mungkin tidak tertarik dengan manfaat yang didapat dari penggunaan pembayaran seluler. Ini dapat dijelaskan di mana pengguna ponsel lebih fokus pada kegiatan seperti menelepon, bermain game, mengirim SMS, jejaring sosial yang tidak melibatkan transaksi moneter apapun (Chong, 2013). Namun pernyataan beliau berbeda dengan data perkembangan transaksi uang non tunai di Indonesia. Namun untuk mengetahui lebih lanjut akan dilakukan penelitian ini untuk menguji lebih dalam lagi tentang penggunaan terhadap *Mobile Payment* sehingga mengetahui apakah masyarakat akan menggunakan *Mobile Payment* untuk seterusnya.

Promosi yang sedang gencar dilakukan oleh berbagai perusahaan penggerak dan mengembang aplikasi pembayaran non tunai seperti GoPay, OVO, DANA, dan lainnya. Berbagai promosi yang dilakukan untuk menarik masyarakat agar menggunakan *Mobile Payment*. Tidak hanya itu, promosi yang dilakukan agar banyak masyarakat yang menaruh atau menanamkan uang mereka dalam rekening GoPay OVO, DANA, dan lainnya. Hal ini dilakukan oleh perusahaan agar masyarakat terus menggunakan *Mobile Payment* secara terus menerus tidak hanya karena ada promo saja. Perusahaan penggerak dan pengembang GoPay memiliki visi misi terus mengembangkan *Mobile Payment* agar terus berkembang dan menjadi kebiasaan masyarakat untuk melakukan pembayaran menggunakan *Mobile Payment*. GoPay yang sering melakukan GoPay Day dengan *cashback* sampai dengan 50% di hari-hari tertentu sehingga semakin menarik masyarakat untuk

menggunakan GoPay sebagai sistem pembayaran selain uang tunai. *Top-up* saldo GoPay yang dapat dilakukan dengan mudah dan dapat dilakukan dimana saja. Namun beberapa pelanggan merasa enggan melakukan *top-up*, dikarenakan ada biaya administrasi sebesar Rp. 1.000,00 jika melakukan *top-up* saldo GoPay. Namun dengan hal itu tetap meningkatkan kemudahan melakukan transaksi secara non tunai atau secara elektronik.

Disinyalir terdapat beberapa kasus keamanan yang pernah menjerat GoPay. Kasus tentang kode verifikasi yang dapat disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab untuk memanipulasi dan memindahtangankan *account* GoPay dari Gojek. Melalui artikel berita IDN Times, salah satu kasus yang menggemparkan dan masih hangat di khalayak publik yaitu penyanyi Indonesia Aura Kasih kehilangan 11 juta rupiah saldo GoPay. Hal ini masih ditindaklanjuti oleh pihak perusahaan Gojek (IDN Times, 2019). Oleh karena itu, tetap diperlukan kehati-hatian untuk pengguna *account* GoPay. Masih banyak lagi kecurangan dan penipuan dalam penggunaan aplikasi GoPay. Namun, GoPay selalu berusaha meningkatkan keamanan untuk pengguna dan pemakai GoPay. Beberapa kasus yang marak terjadi adalah saldo GoPay yang telah di *top up* oleh pengguna GoPay tak kunjung masuk ke akun GoPay pengguna tersebut. Dikarenakan sistem *server* GoPay yang memiliki gangguan pada sistem perusahaan mereka. Diperlukan waktu kira-kira 1 hari sampai 3 hari untuk melakukan proses pengembalian saldo GoPay yang tidak masuk ke akun GoPay pengguna. Beberapa konsumen merasakan kekecewaan karena kasus *top-up* saldo GoPay yang tidak masuk akun mereka. Dikarenakan memperlama proses transaksi yang dilakukan pengguna GoPay, ditambah lagi rata-rata konsumen GoPay melakukan *top-up* saldo GoPay saat ingin

melakukan transaksi sehingga sangat menghambat proses transaksi menggunakan GoPay.

Melalui data Badan Pusat Statistik yang bertajuk “Rata-Rata Pengeluaran Per Kapita Sebulan Di Daerah Perkotaan Menurut Kelompok Barang Dan Golongan Pengeluaran Per Kapita Sebulan pada 2013-2018” (Badan Pusat Statistik, 2020) dapat dijelaskan data pengeluaran yang dikeluarkan oleh konsumsi makanan dan minuman jadi pada tahun 2018 yaitu

Grafik 1.2. Pengeluaran Per Kapita Sebulan Di Daerah Perkotaan 2018

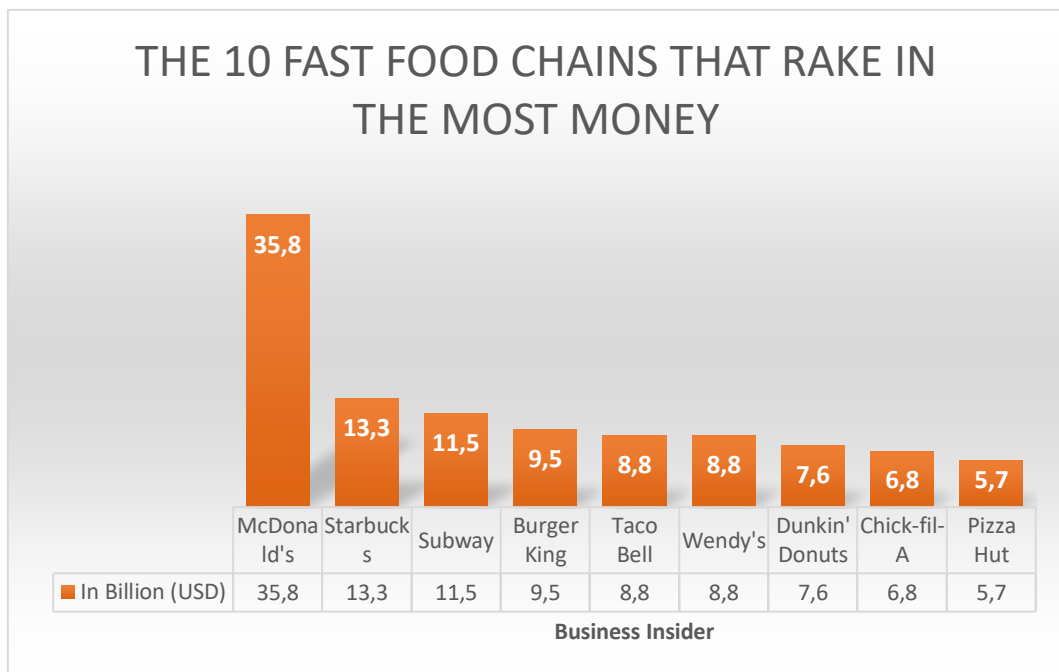
Kelompok Barang	2018								Rata-Rata per Kapita
	Golongan Pengeluaran per Kapita Sebulan (rupiah)								
	< 150 000	150 000-199 999	200 000-299 999	300 000-499 999	500 000-749 999	750 000- 999 999	1 000 000 -1 499 999	lebih dari 1 500 000	
Makanan									
Padi-padian	49 227	44 480	46 366	48 902	53 858	58 605	64 713	70 234	60 785
Umbi-umbian	916	958	1 072	1 899	3 006	4 242	5 524	7 876	4 954
Ikan	13 033	5 477	9 473	17 035	27 188	36 956	50 566	78 217	46 753
Daging		1 212	3 660	6 987	12 795	19 758	27 931	54 551	28 297
Telur dan susu		6 395	8 630	14 096	20 633	29 069	40 529	70 920	39 670
Sayur-sayuran	7 221	8 564	13 958	22 188	29 446	37 079	45 237	56 587	40 522
Kacang-kacangan	5 387	3 471	6 015	7 739	9 616	11 464	13 170	15 291	11 966
Buah-buahan		2 928	5 589	10 263	15 931	22 537	33 543	64 987	34 018
Minyak dan lemak	2 237	4 006	5 891	9 066	10 998	12 272	14 127	16 967	13 227
Bahan minuman	5 770	4 722	7 449	10 075	12 840	15 440	18 140	22 298	16 621
Bumbu-bumbuan	1 118	2 672	4 016	6 590	8 533	10 007	12 079	15 735	11 251
Konsumsi lainnya		4 676	4 225	5 656	7 635	10 016	12 128	15 552	10 910
Makanan dan minuman jadi	25626	31726	49258	82152	124985	172880	241306	425588	237326
Tembakau dan sirih	2 113	6 804	14 439	26 988	44 563	60 192	75 730	93 250	64 663
Jumlah Makanan	112 648	128 092	180 040	269 636	382 027	500 516	654 723	1 008 053	620962

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2019

Peningkatan penggunaan transaksi *Mobile Payment* juga terjadi di McDonald’s Indonesia. McDonald’s adalah gerai makanan cepat saji yang cukup terkenal di kalangan masyarakat Indonesia. Gerai makanan cepat saji McDonald’s

memiliki banyak makanan dan minuman yang cukup lezat di lidah masyarakat orang Indonesia dan juga dunia. McDonald's juga sering dijumpai di berbagai tempat di Indonesia. *Market share* atau luas pasar yang dimiliki oleh McDonald's lumayan besar sehingga masyarakat sangat kenal dan tahu akan menu makanan dan minuman McDonald's.

Grafik 1.3. Restoran Cepat Saji dengan Penjualan Terbanyak



Sumber: Business Insider, 2018

Gerai makanan satu ini menjadi nomor 1 restoran cepat saji dengan uang atau *sales* terbanyak di antara 20 restoran makanan cepat saji di berbagai negara. Data ini dilansir melalui Business Insider dan QSR Magazine sebagai majalah membahas tentang informasi terkini makanan, kopi, restoran yang ada di berbagai negara. McDonald's selalu ramai pengunjung dan konsumen sehingga dapat menjadi tempat lapangan penelitian yang tepat untuk menguji *Mobile Payment*. McDonald's juga sering dijumpai di berbagai tempat di Indonesia. *Market share*

atau luas pasar yang dimiliki oleh McDonald's lumayan besar sehingga masyarakat sangat kenal dan tahu akan makanan dan minuman dalam McDonald's. Pemilihan McDonald's sudah cukup tepat untuk diuji dan melakukan penelitian. Lokasi di Alam Sutera Tangerang karena kawasan termasuk dalam Jabotabek. Daerah Alam Sutera memiliki banyak perkantoran sekitarnya dan pengguna *Mobile Payment*. McDonald's Alam Sutera juga memiliki tempat strategis karena terletak di tempat padat penduduk.

Penelitian ini dilakukan dikarenakan di McDonald's sering mengalami permasalahan kecepatan dan kenyamanan pelayanan makanan cepat saji yang cukup lama dari biasanya. Salah satu penyebabnya adalah promo dengan melakukan transaksi *Mobile Payment* seperti GoPay. Promo yang dilakukan sangat gencar dan besar sehingga menarik banyak konsumen untuk menggunakan *Mobile Payment*. Padahal beberapa konsumen McDonald's lebih mengutamakan kecepatan daripada promo *Mobile Payment* dikarenakan faktor lapar dan haus. Jika waktu tunggu untuk dapat membeli makanan dan minuman di McDonald's cukup lama, konsumen yang mengutamakan urusan perut akan memilih tempat makan lain yang tidak memiliki waktu tunggu makanan dan minuman yang lama seperti McDonald's. Kasir McDonald's juga menjadi semakin banyak dan beragam, tidak hanya menerima dan melakukan proses pesanan tetapi menyiapkan pembayaran dengan transaksi GoPay dan beberapa tipe pembayaran lainnya sehingga meningkatkan *Cashier Error Rate* dikarenakan tekanan yang diterima kasir seperti opsi pembayaran yang beragam dan salah *input order*. Padahal *counter* telah disediakan lebih banyak namun tetap memiliki waktu tunggu yang cukup lama.

Permasalahan tidak hanya terletak di kasir McDonald's tetapi juga pada konsumen yang harus melakukan *top up saldo Mobile Payment* dan juga internet yang tidak stabil. Sistem pembayaran GoPay kadangkala memiliki masalah seperti eror atau terjadi kesalahan dengan sistem operasi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa efektif dan efisien penggunaan uang non tunai atau *Mobile Payment* terhadap *Perceived Transaction Speed* dan Kecepatan Pelayanan Gerai Makanan Cepat Saji McDonald's Alam Sutera Tangerang. McDonald's Alam Sutera Tangerang telah bertahan cukup lama di bisnis makanan yang cukup banyak pesaing di Indonesia. Apalagi pesaing juga berasal dari negara luar seperti KFC, Burger King dan masih banyak lagi.

Saat promo yang dilakukan GoPay melalui sistem *cashback* 10%-50% meningkatkan keramaian dan *sales* dari McDonald's Alam Sutera. Peneliti melakukan penelitian dengan objek penelitian yaitu McDonald's Alam Sutera dikarenakan waktu *waiting time* atau kecepatan pelayanan yang terjadi di McDonald's Alam Sutera yang begitu lama dan panjang saat adanya promo *cashback* dari GoPay sehingga peneliti ingin menguji kecepatan gerakan karyawan atau pegawai kasir McDonald's Alam Sutera untuk menanggulangi *waiting time* yang terjadi saat pembayaran menggunakan *cashless* atau menggunakan *Mobile Payment*. Rata-rata penduduk sekitar McDonald's Alam Sutera adalah kaum *millenials* dan keluarga muda.

Peneliti ini juga menguji apakah pembayaran melalui *Mobile Payment* akan terus digunakan oleh pelanggan McDonald's Alam Sutera Tangerang. Di McDonald's Indonesia hanya menggunakan *Mobile Payment* GoPay sehingga fokus utama *Mobile Payment* yaitu GoPay. Ditambah dengan banyak pelanggan

McDonald's Alam Sutera Tangerang menggunakan pembayaran melalui *Mobile Payment* GoPay hanya dikarenakan promo *cashback* 10 – 20% saja, bukan karena memang merasakan kemudahan, kenyamanan dan kecepatan dari *Mobile Payment* GoPay sehingga hal ini patut ditelaah lebih dalam oleh Peneliti untuk menguji kebenaran yang ada di McDonald's Alam Sutera Tangerang.

1.2. Rumusan Masalah

Memang *Mobile Payment* memiliki banyak kelebihan. Penelitian ini untuk menguji apakah transaksi *Mobile Payment* akan digunakan terus menerus di McDonald's Alam Sutera Tangerang.

1. Apakah ada pengaruh positif antara variabel *Social Influence* (SI) dengan variabel *Behavior Intention* (BI) dalam *Mobile Payment*?
2. Apakah ada pengaruh positif antara variabel *Performance Expectancy* (PE) dengan variabel *Behavior Intention* (BI) dalam *Mobile Payment*?
3. Apakah ada pengaruh positif antara variabel *Effort Expectancy* (EE) dengan variabel *Behavior Intention* (BI) dalam *Mobile Payment*?
4. Apakah ada pengaruh positif antara variabel *Facilitating Condition* (FC) dengan variabel *Behavior Intention* (BI) dalam *Mobile Payment*?
5. Apakah ada pengaruh positif antara variabel *Effort Expectancy* (EE) dengan variabel *Performance Expectancy* (PE) dalam *Mobile Payment*?
6. Apakah ada pengaruh positif antara variabel *Perceived Transaction Convenience* (PTC) dengan variabel *Behavior Intention* (BI) dalam *Mobile Payment*?

7. Apakah ada pengaruh positif antara variabel *Perceived Transaction Convenience* (PTC) dengan variabel *Performance Expectancy* (PE) dalam *Mobile Payment*?
8. Apakah ada pengaruh positif antara variabel *Perceived Transaction Convenience* (PTC) dengan variabel *Effort Expectancy* (EE) dalam *Mobile Payment*?
9. Apakah ada pengaruh positif antara variabel *Perceived Transaction Speed* (PTS) dengan variabel *Behavior Intention* (BI) dalam *Mobile Payment*?
10. Apakah ada pengaruh positif antara variabel *Perceived Transaction Speed* (PTS) dengan variabel *Performance Expectancy* (PE) dalam *Mobile Payment*?
11. Apakah ada pengaruh positif antara variabel *Perceived Transaction Speed* (PTS) dengan variabel *Effort Expectancy* (EE) dalam *Mobile Payment*?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh positif antara variabel *Social Influence* (SI) dengan variabel *Behavior Intention* (BI) dalam *Mobile Payment*.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif antara variabel *Performance Expectancy* (PE) dengan variabel *Behavior Intention* (BI) dalam *Mobile Payment*.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif antara variabel *Effort Expectancy* (EE) dengan variabel *Behavior Intention* (BI) dalam *Mobile Payment*.

4. Untuk mengetahui pengaruh positif antara variabel *Facilitating Condition* (FC) dengan variabel *Behavior Intention* (BI) dalam *Mobile Payment*.
5. Untuk mengetahui pengaruh positif antara variabel *Effort Expectancy* (EE) dengan variabel *Performance Expectancy* (PE) dalam *Mobile Payment*.
6. Untuk mengetahui pengaruh positif antara variabel *Perceived Transaction Convenience* (PTC) dengan variabel *Behavior Intention* (BI) dalam *Mobile Payment*.
7. Untuk mengetahui pengaruh positif antara variabel *Perceived Transaction Convenience* (PTC) dengan variabel *Performance Expectancy* (PE) dalam *Mobile Payment*.
8. Untuk mengetahui pengaruh positif antara variabel *Perceived Transaction Convenience* (PTC) dengan variabel *Effort Expectancy* (EE) dalam *Mobile Payment*.
9. Untuk mengetahui pengaruh positif antara variabel *Perceived Transaction Speed* (PTS) dengan variabel *Behavior Intention* (BI) dalam *Mobile Payment*.
10. Untuk mengetahui pengaruh positif antara variabel *Perceived Transaction Speed* (PTS) dengan variabel *Performance Expectancy* (PE) dalam *Mobile Payment*.
11. Untuk mengetahui pengaruh positif antara variabel *Perceived Transaction Speed* (PTS) dengan variabel *Effort Expectancy* (EE) dalam *Mobile Payment*.

1.4. Batasan Masalah

Dibutuhkan batasan masalah untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dan terarah sehingga hasil penelitian menjadi hasil yang dapat berguna dan memiliki hasil yang objektif. Batasan masalah meliputi:

1. Penelitian akan dilakukan hanya pada tahun 2019.
2. Fokus utama penelitian yaitu hanya bagian *Mobile Payment* GoPay untuk mengetahui *Perceived Transaction Speed (PTS)*, *Perceived Transaction Convenience (PTC)*, dan *Behavior Intention Mobile Payment* di era zaman sekarang terutama di Indonesia.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Penelitian untuk Perusahaan McDonald's
Membantu pihak Perusahaan McDonald's Alam Sutera dalam bentuk informasi terkait *Mobile Payment*, sehingga jika ada transaksi secara *Mobile Payment* pihak perusahaan McDonald's akan mengetahui efisiensi waktu tunggu pelanggan untuk membeli makanan dan minuman.
2. Manfaat Penelitian untuk masyarakat
Menambah pemahaman untuk masyarakat sekitar akan kelebihan dan kekurangan penggunaan *Mobile Payment* sebagai alat transaksi.
3. Manfaat Penelitian untuk mahasiswa
Meningkatkan pengetahuan lebih untuk mahasiswa tentang *Mobile Payment*. Mahasiswa juga dapat memahami permasalahan nyata yang

terjadi di lapangan atau di dunia kerja sehingga dapat memperluas wawasan.

4. Manfaat Penelitian untuk universitas

Hasil dari penelitian ini akan membantu meningkatkan kualitas akademik universitas dan menjadi salah satu sumber referensi untuk membantu pihak-pihak yang membutuhkan.

5. Manfaat Penelitian untuk peneliti

Memberikan informasi dan ilmu pengetahuan tentang transaksi *Mobile Payment*, gerakan karyawan bagian kasir yang tepat dan benar, lebih mengetahui tentang sistem *Mobile Payment*.

1.6. Sistematika Penelitian

Penelitian ini akan dibahas dalam tiga bab yang saling berhubungan satu sama lain. Struktur Penelitian ini terdiri dari:

- **BAB I PENDAHULUAN**

Pembahasan dalam bab ini adalah menjelaskan latar belakang penelitian atau alasan penelitian dijalankan, identifikasi masalah atau permasalahan yang ditemukan sebagai bahan penelitian, rumusan masalah atau pertanyaan sebagai pedoman penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang berguna untuk perusahaan McDonald's, masyarakat dan peneliti, dan bab ini berisi struktur penelitian atau sistematis penelitian.

- **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisikan teori-teori dasar sebagai landasan dan pedoman dalam penelitian. Teori dasar atas pengertian manajemen dan definisi dari manajemen operasional. Perbedaan antara manajemen operasional dengan peminatan manajemen yang lainnya. Penjelasan lebih mendalam tentang materi-materi yang sesuai dengan penelitian ini. Di bab ini juga akan mengetahui *decision making* dalam manajemen operasional. Menjelaskan definisi dari gerakan dalam manajemen operasional. Serta membahas teori dari teknik penyelesaian masalah dalam penelitian. Bab ini juga menjelaskan model dari penelitian dan menelaah model yang ingin diteliti lebih jauh.

- **BAB III METODE PENELITIAN**

Penjelasan garis besar dari penelitian ini terletak di bab ini. Pada bab ini akan dijelaskan gambaran umum objek penelitian yaitu McDonald's Alam Sutera Tangerang. Dalam bab ini juga terdapat desain dari penelitian yang dijalankan. Serta ruang lingkup penelitian yang dijalankan oleh peneliti.

- **BAB IV PEMBAHASAN**

Berisikan pengumpulan dan pengolahan data yang telah diperoleh melalui observasi dan kuesioner. Pengolahan data dijelaskan menggunakan perangkat lunak Smart PLS 3.

- **BAB V PENUTUP**

Penjelasan dan kesimpulan atas hasil dari pengolahan dan penelitian yang telah dilakukan secara terperinci dan detil. Disertai

dengan kesimpulan mendalam tentang hasil pengolahan data, saran mendukung setiap kesimpulan yang telah dikelola sesuai rumusan masalah, dan limitasi penelitian.